

WBS
KLASSE: 10
NIVEAU: G, M, E

verbraucherzentrale
Baden-Württemberg

DAS VERBRAUCHERLABYRINTH DER VERSICHERUNGEN

Die Schülerinnen und Schüler lernen individuell zu beurteilen, wie sie ihren individuellen Bedarf an freiwilligen Versicherungen ermitteln und welche Informationsprobleme bei der Auswahl auftreten können.

REALISIERUNG DER LEITPERSPEKTIVE VERBRAUCHERBILDUNG		
Die Schülerinnen und Schüler lernen individuell zu beurteilen, wie sie ihren individuellen Bedarf an freiwilligen Versicherungen ermitteln und welche Informationsprobleme bei der Auswahl auftreten können.		
EINORDNUNG IN DEN BILDUNGSPLAN		
Kategorie	3.2.1	Verbraucher
Unterkategorie	3.2.1.1	Versicherungsnehmer
Inhaltliche Kompetenz	(2)	Das Grundprinzip der Unterscheidung in freiwillige Versicherung und Pflichtversicherung beschreiben (G)
	(2)	Die Schutzfunktion des Staates erläutern und das Grundprinzip der Unterscheidung in freiwillige Versicherung und Pflichtversicherung darstellen (M)
	(2)	Die Schutzfunktion des Staates erläutern und das System der freiwilligen Versicherung und der Pflichtversicherung vergleichen (E)
	(5)	Entscheidungen für Versicherungsprodukte im Hinblick auf das Individuum und das Gemeinwesen beurteilen (G, M, E)
Konkretisierende/r Begriff/e		<ul style="list-style-type: none"> Finanzen und Vorsorge
Bezug zu den prozessbezogenen Kompetenzen	2.2 2.2.1	Urteilskompetenz Ökonomisches Handeln unter Sach- und Wertaspekten kriterienorientiert (zum Beispiel Effektivität, Effizienz, Gerechtigkeit, Nachhaltigkeit, Solidarität) beurteilen beziehungsweise bewerten (I)
	2.3 2.3.1	Handlungskompetenz Ökonomische Handlungsmöglichkeiten erkennen und ihr ökonomisches Handeln unter Wertvorstellungen stetig überprüfen (I)

PROJEKT-/ UNTERRICHTSABLAUF	
Zeitaufwand	ca. 3 Schulstunden
Materialart	Text, Recherchearbeit, Arbeitsblatt
Einstieg	<p>Die SuS vervollständigen den Satz: Wenn ich an Versicherungen denke...</p> <p>Die SuS beantworten die Frage in Einzelarbeit. Ein Austausch findet am Schluss der Stunde statt. In dieser Phase des Unterrichts ist das Ziel, die SuS für das Thema Versicherungen zu aktivieren.</p>
Erarbeitungsphase I	SuS bearbeiten den Learning Snack mit Basisinformationen über Versicherungen.
Gelenkstelle	SuS beschreiben, was sie auf den Abbildungen sehen können und versuchen einen Zusammenhang zwischen den beiden Abbildungen herzustellen.
Erarbeitungsphase II	SuS lernen durch den Text die Verkaufstaktik „Angst“ kennen und recherchieren Werbebeispiele.
Erarbeitungsphase III	SuS lernen durch die Bearbeitung der Aufgabe „Vergleichbarkeit der Versicherungen“ die Intransparenz der Vergleichsportale kennen.
Erarbeitungsphase IV	SuS setzen sich kritisch mit dem Thema Datensammlung in der Versicherungsbranche mithilfe eines Informationstextes und einer Karikaturanalyse auseinander.
Ergebnissicherung	Die Ergebnisse der SuS in den Erarbeitungsphasen II, III und IV werden jeweils nach der Bearbeitung im Plenum besprochen.
Anwendung/Reflexion/Übung	Die Antwort der Impulsfrage der SuS vom Anfang der Einheit wird mit dem neuerlangten Wissen verglichen.
Zusatzaufgabe	SuS fassen einen Text über die Thematik der unabhängigen Informationsbeschaffung und der Problematik der Zahlungsverweigerung von Versicherungen zusammen.

Fächerübergreifende Aspekte	Die Thematik Versicherungen findet sich auch im Bildungsplan des Faches AES wieder. Siehe Inhaltsbezogene Kompetenzen 3.1.5 Lebensbewältigung und Lebensgestaltung, 3.1.5.1 Individuelle Lebensplanung, (5) Möglichkeiten der sozialen und ökonomischen Sicherung herausarbeiten (G) / begründen (M) / erörtern (E)
Kommentar	<p>Weitere Verkaufstaktiken finden Sie in unserem Selbstlernangebot für Erwachsene. www.verbraucherzentrale-bawue.de/unsere-selbstlernangebote-76945</p> <p>Das Material „Institutionen des Verbraucherschutzes“ ergänzt die Inhalte der Zusatzaufgabe. www.verbraucherzentrale-bawue.de/verbraucherbildung-bw/schule/sek1/aes/unterrichtsmaterial-institutionen-des-verbraucherschutzes</p>
Differenzierung	<p>G Niveau: Texte sind sprachlich angepasst und wichtige Textstellen hervorgehoben. Die Karikaturanalyse wird mithilfe einer vorstrukturierten Tabelle bearbeitet. Die Zusatzaufgabe wird in diesem Niveau nicht bearbeitet.</p> <p>M Niveau: Die Karikaturanalyse wird mithilfe einer vorstrukturierten Tabelle bearbeitet.</p>

MUSTERLÖSUNG

LEARNING SNACK

Basiswissen über Versicherungen

In diesem Learning Snack werden dir mithilfe eines Quiz grundlegende Informationen über Versicherungen erklärt.

... AUFGABE 1

1. Scanne den QR-Code
2. Bearbeite den Learning Snack



www.learningsnacks.de/share/381266/aa3165167d250f230edb3c43cd522baf21f3f142

GELENKSTELLE

Basiswissen über Versicherungen

... AUFGABE 2

1. Beschreibe die Abbildungen.
2. Stelle den Zusammenhang der Abbildungen dar.



Quelle:
 VGH Versicherungen (2022): Wenn Dann VGH,
www.vgh.de/export/sites/vgh/_resources/bilder/unternehmen/presseinformationen/2022-04-01_Family-in-Bed.jpg
 zuletzt aufgerufen am 30.10.2023



Foto: Halfpoint / Adobe Stock

MUSTERLÖSUNG

DAS VERBRAUCHERLABYRINTH DER VERSICHERUNGEN – VERKAUFSTAKTIK, VERGLEICHBARKEIT UND ÜBERWACHUNG

DAS GESCHÄFT MIT DER ANGST

Die Versicherungsbranche lebt von Angst und Sorgen ihrer Kundinnen und Kunden.

Die R+V Versicherung führt jährlich eine Umfrage durch, mit der sie ermittelt, vor was die Deutschen Angst haben. Mit den Ergebnissen der Umfrage gestalten Versicherer (Versicherungsunternehmen) entsprechend ihre Werbung, um Versicherungsverträge zu verkaufen. Die Versicherer bieten eine schnelle Lösung gegen die Angst an, so verkaufen sie Versicherungen.

Das Problem mit der Angst ist, dass sie tief in uns verankert und ein typisch menschliches Verhalten ist: Wir möchten unser Hab und Gut, unsere Liebsten und uns selbst vor Gefahren schützen. Diese Tatsachen wissen auch die Versicherungen und somit ihre Versicherungsvertreterinnen und Versicherungsmakler. Sie sind geschult, die Angst der Verbraucherinnen und Verbraucher für sich zu nutzen. Auch wird in der Werbung der Versicherer immer wieder auf die Angst angespielt. Dadurch wird vermittelt, dass die Verbraucherinnen und Verbraucher unter einem ständigen Schadensrisiko leben und daher alles Mögliche versichert werden sollte.

... ❖ **AUFGABE 1**

Schau dir das Video an und suche im Internet / auf Instagram / auf TikTok andere Werbebeispiele von Versicherern, die mit Angst oder Sorgen werben. Beschreibe die Werbung (was ist zu sehen).

TIPP: Folgende Versicherungen kannst du in die Suche eingeben: AXA Deutschland, Allianz Deutschland, VHV Versicherungen, Generali Deutschland, DEVK Versicherungen



www.youtube.com/watch?v=vF4Sc-YToM4

Individuelle Schülerantworten

MUSTERLÖSUNG

VERGLEICHBARKEIT DER VERSICHERUNGEN?

Wenn man sich entschließt, eine Versicherung abzuschließen, sollten Versicherungen miteinander verglichen werden. Nur so stellt man sicher, dass man die Versicherung findet, die zum eigenen (zuvor ermittelten) Bedarf passt.

Im Jahr 2021 gab es in Deutschland 519 Versicherungsunternehmen. Diese Unternehmen bieten alle Individualversicherungen zur gleichen Schadensabsicherung aber zu unterschiedlichen Tarifen an. Diese große Auswahl führt zugleich zu Unübersichtlichkeit. Wie aber können sich Verbraucherinnen und Verbraucher in diesem Versicherungsdschungel zurechtfinden?

Das Problem erkannten auch Unternehmen und entwickelten sogenannte Vergleichsportale. Die beiden größten Vergleichsportale in Deutschland sind Check24 und Verivox. In ihrer Werbung versprechen Vergleichsportale, dass man über sie aus der großen Menge an Versicherungen die richtige Versicherung findet.

Das Problem ist allerdings: Die Vergleichsportale vergleichen nicht alle Tarife von allen 519 Versicherungsunternehmen, sondern nur von Versicherungsunternehmen, die den Vergleichsportalen eine Provision (Geld) für die Vermittlungen von Versicherungsverträgen zukommen lassen. Das Vergleichsportal handelt also als Versicherungsmakler. Dadurch werden viele Versicherungen nicht berücksichtigt, die für die Verbraucherinnen und Verbraucher vielleicht eine bessere Option sein könnten.

Um sich einen ersten Überblick zu verschaffen, sollte man mindestens zwei Vergleichsportale mit unterschiedlichen Versicherungsangeboten vergleichen und auch Versicherungen beachten, die nicht auf den Vergleichsportalen auftauchen.

Einen Überblick kann auch der Versicherungsvergleich der Stiftung Warentest sowie ein Beratungsgespräch bei der Verbraucherzentrale verschaffen.

MUSTERLÖSUNG

...❖❖❖ AUFGABE 1

Suche auf den Seiten von Check24 und Verivox den Hinweis, dass es sich bei den Vergleichsportalen um Versicherungsmakler handelt. Beschreibe, wo du den Hinweis gefunden hast.

TIPP: Klicke auf Versicherungen ...❖❖❖ Privathaftpflicht ...❖❖❖ „jetzt vergleichen“

Check24: Unten im Eingabefeld der persönlichen Daten als Bestätigungsfeld.

Verivox: Unten im Eingabefeld der persönlichen Daten als Hinweis, dass ich automatisch zustimme, wenn ich auf „jetzt vergleichen“ klicke.



Ich bestätige, die Erstinformationen des Versicherungsmaklers CHECK24 Vergleichsportal für Sachversicherungen GmbH gemäß § 15 VersVermV und die Informationen gemäß § 60 Abs. 1 Satz 2 („Hinweis zu eingeschränkter Marktabdeckung“) und Abs. 2 VVG („Markt- und Informationsgrundlage“) heruntergeladen und gelesen zu haben.

Mit Klick auf ‚Jetzt vergleichen‘ bestätige ich, die Erstinformation für Versicherungsmakler gemäß §15 VersVermV gelesen und heruntergeladen zu haben.

Die gesetzliche Erstinformation informiert Sie über die Tätigkeit von Verivox als Versicherungsmakler. Die Vermittlerrichtlinie sieht vor, dass wir Ihnen diese Erstinformation zur Verfügung stellen. Für die Durchführung einer Berechnung ist es daher erforderlich, dass Sie bestätigen, die Erstinformation erhalten zu haben.

(Stand: September 2023)

...❖❖❖ AUFGABE 2

Suche im Kleingedruckten auf den Seiten von Check24 und Verivox die teilnehmenden Versicherungsgesellschaften und die nicht teilnehmenden Versicherungsgesellschaften. Lies aus dem Kleingedruckten die Marktabdeckung bei der privaten Haftpflichtversicherung bei Verivox und Check24 heraus und schreibe sie auf.

Verivox 34 % und Check24 40 % (Stand August 2023)

Pfad Verivox: Menü ...❖❖❖ Versicherungen ...❖❖❖ Privathaftpflicht ...❖❖❖ Jetzt vergleichen ...❖❖❖ Am Vergleich teilnehmende und nicht –teilnehmende Versicherer – Umfang der Beratungsgrundlage

Pfad Check24: Versicherungen ...❖❖❖ Privathaftpflicht ...❖❖❖ Unsere Partner/Teilnehmende Versicherer (Stand August 2023)

MUSTERLÖSUNG

ZUKUNFT DER VERSICHERUNGEN?

Versicherer möchten, dass du ganz viele Versicherungen abschließt, aber keine in Anspruch nimmst. In der Realität kommt es nicht zu dieser Wunschvorstellung, das wissen auch die Versicherer und führen mit deinen personenbezogenen Daten eine Wahrscheinlichkeitsberechnung durch. Sie möchten so herausfinden, wie hoch ihr Risiko ist, einen möglichen Schaden begleichen zu müssen. Je höher dein berechnetes Risiko, desto teurer wird die Versicherung für dich.

Hier kommt der nächste Wunsch der Versicherer ins Spiel: Versicherer möchten sehr genau das Risiko berechnen, um nicht mehr Geld als für sie notwendig als Sicherheitsreserve zu hinterlegen. Für diese Berechnung benötigen sie persönliche Daten über das Verhalten der Verbraucherinnen und Verbraucher, die sich bei ihnen versichern lassen wollen. Die Daten erheben sie zum einen direkt beim Abschluss des Versicherungsvertrages, zum anderen versuchen sie die Daten zu sammeln. Hierfür nutzen sie unter Umständen das Internet der Dinge.

Was ist das Internet der Dinge?

Unter den Begriff Internet der Dinge fallen alle Geräte, die sich Daten aneignen und weiter kommunizieren können. Jedes Gerät, das mit dem Internet verbunden ist, kann Daten sammeln und weitersenden, wie z. B. Handys, die Musikbox von Amazon, das Sprachsystem Alexa sowie Wearables.

Was sind Wearables?

Wearables gehören zu den Geräten des Internets der Dinge. Sie sind am Körper tragbare Kleingeräte, die mit Sensoren und digitalen Schnittstellen ausgestattet sind (Fitnessarmbänder, Smartwatches, T-Shirts usw.). Die Sensoren sammeln Daten wie Standort, Puls, Schrittzahl, Schlafrhythmus, Temperatur usw. Um das Sammeln der Daten zu rechtfertigen, werden die gesammelten Daten der Wearables meist mithilfe einer App auf dem Smartphone benutzerfreundlich dargestellt.

Welche Folgen kann die Datensammlung für die Versicherten haben?

Eine Folge der Datensammlung kann sein, dass sehr individualisierte Tarife angeboten werden, die zuerst vorteilhaft erscheinen. Aber durch die ständige Beobachtung können auch Handlungszwänge entstehen. Zum Beispiel: Ich muss jede Woche zweimal Joggen gehen, ich kann nicht mehr nachts Auto fahren usw., weil sonst die Vorteile der Versicherung verloren gehen könnten. Eine weitere Folge könnte sein, dass Verbraucherinnen und Verbraucher, die sich weigern ihre Daten zu teilen, benachteiligt werden, indem sie z. B. teurere Tarife zahlen müssen.

Was ist mit dem Datenschutz?

Die Versicherer müssen sich an die EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) halten, die die Zulässigkeit der Verarbeitung personenbezogener Daten in der EU regelt. Eine Verarbeitung personenbezogener Daten bedarf dabei stets einer Rechtsgrundlage. Versicherer haben oftmals das Ziel, durch eine personalisierte Datenerhebung, Profilerstellung und Datenanalyse individuell an das Verhalten der jeweiligen Person angepasste Versicherungsverträge anbieten zu können. Eine solche Verarbeitung personenbezogener Daten zu diesem Zweck bedarf regelmäßig der vorherigen Einwilligung der betroffenen Person. Daher versuchen Versicherer an die Einwilligungen mithilfe von Anreizen, wie kostenlosen Smartwatches oder, wie oben beschrieben, mit individualisierten Tarifen zu gelangen.

... AUFGABE 1

Mit Karikaturen werden aus der Sicht des Zeichners gesellschaftliche Ereignisse / Veränderungen kommentiert und Personen kritisiert. Karikaturen sind oft sehr spöttisch, um auf die Handlung / das Problem aufmerksam zu machen.

Beschreibe, interpretiere und beurteile die Karikatur. Beantworte die Fragen in der Tabelle!



Quelle:
Möller, Christian (2018): Smart Home und Versicherung,
www.cloud-science.de/smart-home-und-versicherung
zuletzt aufgerufen am 30.10.2023

MUSTERLÖSUNG

Beschreiben	
Frage	Lösung
Welche Personen und Gegenstände werden dargestellt?	<i>Eine männliche Person und eine Auswahl an Alltagsgegenständen</i>
Was sieht man?	<i>Die männliche Person zeigt auf die Alltagsgegenstände und spricht mit Ihnen.</i>
Wie wird die Person dargestellt?	<i>Die Person wird wütend dargestellt.</i>
Interpretieren (deuten)	
Was wird in der Karikatur dargestellt?	<i>Die Alltagsgegenstände senden Daten, dies wird durch die grünen Bogen dargestellt. Der Mann beschwert sich wütend bei den Alltagsgegenständen, wer ihn an die Versicherung verraten hat.</i>
Auf welches Problem wird durch die Karikatur hingewiesen?	<i>Smarte Alltagsgegenstände sammeln persönliche Daten und geben diese weiter, die über das Verhalten einer Person Auskunft geben.</i>
Beurteilen	
Ist das Verhalten der Person berechtigt?	<i>Individuelle Schülermeinung möglich</i> <i>Ja, er möchte weder ständig überwacht werden noch Daten über sein Verhalten weitergeben.</i>
Ist die Karikatur berechtigt?	<i>Individuelle Schülermeinung möglich</i> <i>Jeder, der sich Produkte kauft, die Daten weitergeben, könnte sich in der Situation wiederfinden. Die Tatsache, dass die Versicherung die Daten verwendet, ist zum jetzigen Zeitpunkt nicht allgegenwärtig.</i>
Wie profitieren Unternehmen/Versicherungen von der dargestellten Situation?	<i>Unternehmen/Versicherungen gewinnen mit der Sammlung von Daten einen Mehrwert. Sie können z. B. personalisierte Versicherungen und Werbung vertreiben und so gezielter Einfluss auf Verbraucher:innen und Verbraucher ausüben.“</i>

MUSTERLÖSUNG KARIKATURANALYSE FÜR NIVEAU G


AUFGABE 2
Analysiere die Karikatur anhand von drei Schritten:

1. Beschreibung (Was ist zu sehen?)
2. Deutung (Was soll ausgedrückt werden?)
3. Beurteilung und Stellungnahme

Individuelle Schülerantworten

MUSTERLÖSUNG

 ZUSATZAUFGABE**Wo erhalte ich unabhängig von den Versicherern Informationen über Versicherungen?**

Unabhängige Informationen und Beratung bietet die Verbraucherzentrale an. Expertinnen und Experten beraten dich vor Ort, per Videokonferenz, per E-Mail oder per Telefon. Die Stiftung Warentest vergleicht unabhängig Versicherungen. Die Testergebnisse sind online oder in der Zeitschrift verfügbar.

Was kann man tun, wenn die Versicherung nicht zahlt?**1. Verbraucherzentrale**

Zahlt der Versicherer nicht, kann der erste Schritt sein, sich Hilfe bei der Verbraucherzentrale zu suchen. Die Verbraucherzentrale Baden-Württemberg bietet eine Rechtsberatung für diese Fälle an. Die Rechtsberatung findet schriftlich statt. In der Rechtsberatung werden die Vertragsbedingungen der Versicherung geprüft. Stellt sie fest, dass der Versicherer ungerechtfertigt nicht zahlt, wendet sich die Verbraucherzentrale Baden-Württemberg im Namen der Verbraucherinnen und Verbraucher an die Versicherungen. Verweigert die Versicherung die Zahlung, wird an eine Ombudstelle weitergeleitet.

2. Ombudstelle (Schlichtungsstelle)

a. Eine Ombudstelle vermittelt zwischen Verbraucherinnen und Verbraucher und Versicherer und führt dazu ein Schlichtungsverfahren durch. Das Schlichtungsverfahren ist für Verbraucherinnen und Verbraucher kostenlos. Die Ombudstelle prüft den Sachverhalt und fordert den Versicherer zu einer Stellungnahme auf. In der Stellungnahme kann der Versicherer anerkennen, dass die Beschwerde berechtigt ist oder die beteiligten Parteien nehmen nochmals zu ihren Standpunkten Stellung. Danach entscheidet die Ombudstelle. Sind die Verbraucherinnen und Verbraucher mit dem Schlichtungsspruch nicht einverstanden, können sie immer noch vor Gericht ziehen. Ein weiterer Vorteil eines Schlichtungsverfahrens ist, dass der Anspruch im Verlauf des Schlichtungsverfahrens nicht verjährt.

b. Die Verbraucherzentrale Baden-Württemberg unterstützt die Verbraucherinnen und Verbraucher auch im Schlichtungsverfahren, zum Beispiel bei der Stellungnahme. Oder die Verbraucherzentrale veranlasst das Schlichtungsverfahren mit der Erlaubnis (Vollmacht) der Verbraucherinnen und Verbraucher.

3. Gerichtsverfahren

In einem Gerichtsverfahren werden die Ansprüche vor Gericht geklärt. Die Verbraucherinnen und Verbraucher werden von einer Anwältin oder einem Anwalt vertreten. Für solche Verfahren gibt es Fachanwältinnen und Fachanwälte für Versicherungsrecht. Kosten für das Gerichtsverfahren richten sich nach dem Streitwert. Je höher der Streitwert, desto höher die Kosten. Die Partei, die das Gerichtsverfahren verliert, trägt die Kosten.

MUSTERLÖSUNG FÜR NIVEAU M UND E

AUFGABE

1. Lies den Infokasten!
2. Markiere dir wichtige Begriffe.
3. Beschreibe den Text in eigenen Worten.

Individuelle Schülerantwort

Unabhängige Informationen und Beratung erhält man bei der Verbraucherzentrale. Die Stiftung Warentest veröffentlicht unabhängige Testergebnisse über Versicherungen.

Wenn die Versicherung nicht zahlt, kann man sich an die Rechtsberatung der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg wenden. Diese überprüft die Vertragsbedingungen und wendet sich bei Unstimmigkeiten an die Versicherung. Stimmt die Versicherung der Zahlung nicht zu, kann ein Schlichtungsverfahren mit einer Ombudstelle eröffnet werden. Auch hier kann die Verbraucherzentrale im Schlichtungsverfahren unterstützen. Weigert sich der Versicherer nach dem Schlichtungsverfahren zu zahlen, kann der Fall mithilfe einer Anwältin oder eines Anwalts gerichtlich geklärt werden.

Quellen:

Bundeszentrale für politische Bildung (o. J.): Forschen mit GrafStat – Karikaturen interpretieren
www.bpb.de/system/files/pdf/ToCC2D.pdf
zuletzt aufgerufen am 02.11.2023

Check24 (2023): Privathaftpflicht-Vergleich
<https://privathaftpflicht.check24.de/privathaftpflicht/benutzereingaben/?prefill=true&coinsured=1>
zuletzt aufgerufen am 02.11.2023

Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e. V. (2017) Wearables, Fitness-Apps und der Datenschutz: Alles unter Kontrolle? Eine Untersuchung der Verbraucherzentralen
www.verbraucherzentrale.de/sites/default/files/2019-09/mw-untersuchung_wearables_o.pdf
zuletzt aufgerufen am 02.11.2023

Ernst Klett Verlag (o. J.): TerraMethode: Eine Karikatur auswerten
www2.klett.de/sixcms/media.php/82/27330_168_169.pdf
zuletzt aufgerufen am 02.11.2023

Generali (o. J.): Generali Vitality
www.generali.de/service-kontakt/apps/generali-vitality-app
zuletzt aufgerufen am 02.11.2023

Quah, June (2018): The future is now: wearables for insurance risk assessment
www.munichre.com/content/dam/munichre/marc/pdf/wearables/the-future-is-now/The_Future_is_Now_Wearables_for_insurance_risk_assessment.pdf/_jcr_content/renditions/original./The_Future_is_Now_Wearables_for_insurance_risk_assessment.pdf
zuletzt aufgerufen am 02.11.2023

Landeszentrale für politische Bildung Baden-Württemberg (2017): Politik und Unterricht: Mit spitzer Feder – Karikaturen zu zehn Themenfeldern
www.politikundunterricht.de/3_4_17/karikaturen.pdf
zuletzt aufgerufen am 02.11.2023

Michalowski, Patrick (o. J.): Angst- und Furchtappelle
<https://www.lajkonik-content.de/verkaufspsychologie/angst-und-furchtappelle/>
zuletzt aufgerufen am 02.11.2023

Deutsche Werbespots (2012): Gothaer PrivathaftpflichtPlus Werbung – Werbespot 2012
www.youtube.com/watch?v=vF4Sc-YToM4
zuletzt aufgerufen am 02.11.23

R+V Allgemeine Versicherung AG (2023): R+V Studie: Die Ängste der Deutschen – Deutsche fürchten Wohlstandsverlust die-aengste-der-deutschen
www.ruv.de/newsroom/themenspezial-die-aengste-der-deutschen/pressemitteilungen/2023-05-04-angste-der-deutschen-angst-vor-straftaten
Stand 12.10.2023, zuletzt aufgerufen am 02.11.2023

Spender, C. Bullen, L. Altmann-Richer, J. Cripps, R. Duffy, C. Falkous, M. Farrell, T. Horn, J. Wigzell and W. Yeap (2019): Wearables and the internet of things: considerations for the life and health insurance industry
www.cambridge.org/core/services/aop-cambridge-core/content/view/56919A6812F5439BD4C49AC758C7CE63/S1357321719000072a.pdf/wearables-and-the-internet-of-things-considerations-for-the-life-and-health-insurance-industry.pdf
zuletzt aufgerufen am 02.11.2023

Statista Research Department (2022): Anzahl der Versicherungsunternehmen in Deutschland bis 2021,
<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/6589/umfrage/anzahl-der-versicherungsunternehmen-im-zeitraum-seit-1995/>
Stand 26.09.2022, zuletzt aufgerufen am 02.11.2023

Strauß, Kathrin (2021): Datenschutz bei Versicherungen: Welche Daten darf der Versicherer erheben?
www.datenschutzexperte.de/blog/datenschutz-im-alltag/datenschutz-bei-versicherungen-was-sieht-die-dsgvo-bei-versicherungen-vor/
zuletzt aufgerufen am 02.11.2023

Verbraucherzentrale (2022): Im Streitfall: Der Ombudsmann als Mittelweg zwischen Kapitulation und Klage
www.verbraucherzentrale.de/wissen/geld-versicherungen/sparen-und-anlegen/im-streitfall-der-ombudsmann-als-mittelweg-zwischen-kapitulation-und-klage-11211
Stand 13.07.2022, zuletzt aufgerufen am 02.11.2023

Verbraucherzentrale (2022): Vergleichsportale: So vergleichen Sie Preise im Internet richtig
www.verbraucherzentrale.de/wissen/digitale-welt/onlinehandel/vergleichsportale-so-vergleichen-sie-preise-im-internet-richtig-39545
Stand 19.05.2022, zuletzt aufgerufen am 02.11.2023

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg (2023): Rechtsberatung Versicherungen
www.verbraucherzentrale-bawue.de/geld-versicherungen/rechtsberatung-versicherungen-16772
zuletzt aufgerufen am 02.11.2023

Verivox (2023): Privathaftpflicht
www.verivox.de/privathaftpflicht/vergleich/#/pli/customer?situationGroup=singleWithoutChild&age=33
zuletzt aufgerufen am 02.11.2023

IMPRESSUM

Das Unterrichtsmaterial wurde Ihnen von der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg zur Verfügung gestellt.

Mehr Informationen zur Finanzierung unserer Unterrichtsmaterialien:
www.vz-bw.de/transparenzerklaerung

Hat Ihnen das Material gefallen?
Wurden Ihre Erwartungen erfüllt?
Wir freuen uns über Ihr Feedback.

KONTAKT

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V.
Team Verbraucherbildung
Paulinenstraße 47
70178 Stuttgart

bildung@vz-bw.de
www.vz-bw.de/verbraucherbildung-bw

Gefördert durch das Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg

Gefördert
durch



Baden-Württemberg

MINISTERIUM FÜR ERNÄHRUNG, LÄNDLICHEN RAUM
UND VERBRAUCHERSCHUTZ

verbraucherzentrale

Baden-Württemberg

